１０　参考資料（講演会要旨）

参考資料1

OPU フォーラム2008　特別講演会　講演要旨

「ホスピタリティーマインド-おもてなしの心がビジネスを輝かす-」
講師　人事コンサルタント　中野　裕弓氏

ご紹介ありがとうございました。中野裕弓と申します。神奈川県の小田原市からやってまいりました。本日はこの晴れがましいお席にお招きいただきホスピタリティービジネスについてお話する機会を設けてくださったことを大変うれしく思っております。

ホスピタリティーマインドというとまず何を想像されるでしょうか。ホスピタリティーという言葉をよく聞くようになりました。語源はホスピタルだと言われてもいますが、おもてなしの心ということです。病院、ホテルまたお客様をおもてなしするような飲食業そういったところでホスピタリティーマインドが大変必要なんですが、今日は実はどんな職業をしている方でもこのおもてなしの心が大切でこれを抑えておくとあなた自身が活動しているときにより一層輝くというお話をさせていただきたいと思います。

私はイギリスに９年、アメリカに（世界銀行に）４年２カ月行っておりまして１３年間外から日本を見る機会に恵まれました。外から日本を見ていていろいろ考えることがあって、今一言でどう思っているかというと、「世界は日本に期待していると思います。」とお伝えしたいと思います。日本に期待しているというのはどうゆうことでしょうか。もちろん科学技術ですとか経済の発展のこととかお金のことだとかそれもあるんですが、実はいま世界に欠けている「人間力」を発信するとてもいい場所ではないかと思います。ホスピタリティーマインドをお話する前に「人間力」とは何かということをお話しましょう。私はこの聞きなれない「人間力」という漠然とした言葉に大変興味を持ちましていろいろとインタビューをしたり、あるいは自分なりに研究をしてまいりました。「人間力」が人間がこの地球で自分が一番楽しく周りの人といい人生を送るには必須の能力だと思っております。残念ながら学校で「人間力」のカリキュラムっていうのがないんです。だけど私が企業に出て、企業の方々のコンサルティングやカウンセリングをする時に、この人「人間力」があったらこんなに悩まなくてもいいのになぁ。この人もっと自分の夢を実現できるのになぁ。と思うことがあって、それが総称して「人間力」という感じがします。その人が人間らしく魅力を持つということなんです。「人間力」のある人は引力があります。人を引き付けております。その人がやろうかなぁと思ったことには必ず賛同者が集まる不思議な力を持っています。その人が一人いてくれると周りが明るくなる、元気になる、大変な局面であってもなんとかなる、どうにかしよう。そういったものを感じさせる力があると思います。「人間力」だれが一番もっているのかなぁ。と言われると私は「生まれたての赤ちゃん」と言いたいです。生まれたての赤ちゃんは人間力の塊です。だって引力がありますよね。子供たちのそばに行きたくなるし、毎日顔が見たくなるし、ほんとに子供たちのそばにいるだけで癒されて元気をもらえるんです。子供たちは何も私たちに諭したりしません。「もっと楽に生きていいよ。」なんて１歳の子供は言いません。だけどその子たちの生き方を見ていると、もっと違う生き方でいいんじゃないの。毎日を大切にしたらいいよね。って思わせてくれるような人間力の持ち主だと思います。

私は毎年夏に小田原で現役高校生を３０人、無料ご招待をして「人間力セミナー」をやっています。HP にでていますのでみなさんの周りに現役高校生がいましたら上手にお誘いください。親が押し付けると来ない場合が多いです。でも、そこで伝えたかった人間力とは何か。学校で教えられない人間力。トップスリーは

１番、幸せに生きることとは何か。です。Be　Happy 幸せということを私たちはもう一回知る必要があります。生まれたての赤ちゃんは幸せそのものです。そこからすごいエネルギーが出ています。幸せに生きるということは人間力で抑えておきたいポイントです。二つ目、人間関係、対人関係が大事。これもこの社会に生きる上で大切なことです。この辺りにホスピタリティーマインドも引っかかってくると思います。おもてなしの心、相手をあたかも自分のように扱って対応する力、もう一つはコミュニケーション能力もこの人間関係の中に入ってくると思います。私たちは以心伝心ではもう伝えられない時代になってしまいました。言葉を通して話さなければならない、だからコミュニケーション力もね。と思います。３つ目の人間力、これは経済的に自立するということなんです。「えっ。」って思われるかも知れません。でも今大学を出て、あるいは高校を出て、社会にそのまま行けなくなっちゃった子供たちが増えています。引き込もりだったり、ニートという名前までもらって、あるいは東京のあたりではネットカフェ難民といわれる若者が増えてきたり、フリーターが増えてきました。この人たちはこの経済的自立という部分が大変弱くて、お勉強はしたものの自分が行動することによって経済的対価を受けながら社会に還元するという、そういった道筋がちょっと弱いなぁ。と思います。「人間力」幸せに生きることと人間関係が大切でそして経済的に自立して社会人として育っていく、この３つを私はここ３年くらいずっと興味を持って研究しています。その３つがだんだん備わってくると次にいったのがホスピタリティーマインドでした。どうしてかというとホスピタリティーマインドは心に余裕がないと思いもつかないんです。皆さんが例えば買い物へ行きました。そこで店員さんに会いました。その人が単なる仕事だけをしている人だったらホスピタリティーマインドは要らないんです。

あなたがこれを買いたいです。と言ったら対価を払って買えばいいだけのことです。でもそこには何の面白さも生まれないんです。もしお店の店員さんがホスピタリティーマインドを持っていたとしたらどうなると思いますか。間違いなくカリスマ店員になります。どうやって？引力があるからです。そこにはおもてなしの心で相手の気持ちを思いやり、サービスを提供するというこの余裕があるんです。相手が何を欲しているのか。何を求めているのかを察知してそれを提供できる、この感覚ですね。これはマニュアルには書いてないんです。マニュアルにホスピタリティーマインドをどう書くでしょうか。お客様が入って来られたら笑顔で応対、丁寧な言葉使い、失礼のないように、いわゆるマニュアルです。これだったらそこそこのサービスは提供できるでしょう。だけどそこにキラッと光る何かを見せるのがホスピタリティーマインド。これは一言で言うと、何が必要かということと限定できます。それはイメージ力です。イメージ力がホスピタリティーマインドを作ります。イメージ力があったらこの人今どんなふうに思っているのかな。何が欲しいのかな。これはこの辺で止めといたほうがいいのかな。イメージ力が必要です。実はこのイメージ力は学校のいじめ対策にも使えるんですよ。イメージすることによって相手の気持ちを少しでも感じることができたら、相手が嫌がっていることをそれ以上しなくなります。イメージできなければどこで止めていいかわからないから、とことんやっつけたりしてそこで圧壁が生まれるんです。会社もそうです。こんな言い方で部下を罵倒したら部下はどんなふうに思うだろうか。このイメージ力が欠けていれば、言う度に誤解を招くマネージャーが出てきたり、プレゼンをする時に相手がどう理解していくかイメージできなければ、単なる自分の主張だけで終わってしまう、というわけです。イメージ力って侮れませんよ。だけどイメージ力って学校へ行かなくても体験できる、体得できる。それは人間関係の出会いの中でどんどんイメージを膨らませることができます。そうすると、このお客様は今これかな、ちょっと話しかけてみたらなんとなく今日はうっとうしいなって顔をされた。察知してじゃあ少し離れていましょう。一言「何かご質問があればおっしゃってください。」と言って３歩下がる。そこでお客様は気持ちよく自分のペースで買い物することができるんです。買った後で

よかったと思ってお店またはレストランを去ることができます。ホスピタリティーマインドって相手を思いやる力であり、さりげなさであり、思いやりなんです。こういうものが、全国にあらゆるところに広まっていったらどうでしょうね。すごく楽しくなるし楽になると思います。私たち実は人と会うとき、とても緊張しているんです。この話この人に聞いたら「今忙しいのよ。」って言われるんじゃないか、「そんなこと自分で考えなさい。」って拒絶されるんじゃないか、それとも「知りません。」と言われるんじゃないかと実は常に緊張して人間関係をやっている場合が多いんです。ちょっとお話が反れますがホスピタリティーマインドで私が体験した心地よい点をいくつかお話しましょう。

世界銀行時代、私は人事のマネージャー、その後人事のカウンセラーをしておりましたが、私たちプロフェッショナルは一年のうち何回か自分の専門性を磨くために社外の研修を受けるということが義務付けられていました。どの研修を受けたらいいかっていうのは、個々の主体性に任されます。世界銀行がお金をバックアップしてくれます。私はいろいろ探しました。いくつか行ってある所でこの研修の名前を知りました。私はこれだわ。って思いました。通常世界銀行のエコノミスト研修者たちは挙ってハーバードビジネススクールへ行きます。２週間ほどビジネススクールで最先端のビジネス方式を学んできます。私は人事ですから違うものが学びたかったんです。そこで紹介されたのがディズニー大学でした。そうです。ウォルトディズニーのところにある大学です。今は名前を変えてディズニーの教育機関といいますが、そこへ私は人事学とかリーダーシップを学びに行きました。社会人のための５日間のプログラムでした。そこに行っているときにホスピタリティーマインドってこんなものだわ。イメージをすればどんどん広がるの。そしてホスピタリティーマインドを持っている人たちに囲まれてると私が変わるという体験です。日本でも東京ディズニーランドは大変成功しています。アメリカではテーマパークの中でダントツのリピーター率です。日本は９０％リピーターで２度以上行かれるそうです。アメリカではダントツ７０％の人が何度も行くんです。そこには私たちが肌で感じる心地よいというホスピタリティーマインドが様々な分野で埋め込まれているんです。では、そこに５日間私が暮らして朝から授業を受けます。朝７時頃集まって、夕方４時ごろ終わるんですね。私が一緒に学んだのはアメリカ人の人事の担当者たち、病院の事務長さんだったりあるいは電気会社の人事担当者だったりいろんな現役の人たちが集まって勉強するんですが、４時になるとテーマパークの券をいただいて、その社員教育がきちんとできているか私たちがモニターしに行くんです。いろんな所へ行って、遊んでいるというよりは果たして人事教育がどう生かされているかという目で見に行って、そうするといくつもいくつもすばらしいことに気が付いたんですが、ひとつ不思議なことに気が付きました。３日目です。私はものすごく心がやさしくなっていっていつもよりも、そしてなんとテーマパークに何度も通ってるうちに少しコツがわかります。どこに行ったら何があるか。そこで来たばっかりの家族連れが地図を広げて「うーん。」と言っていると普通は通り過ぎていいわけですが、私は寄って行ってなんとうれしそうに「May I Help You?」って言ってるんです。何かお役に立ちますか？って。私言わなくていいんですよ。お客様だし、別にそこの従業員でもないんです。だけど自然に寄って行って「何か手助けしましょうか？」と言っている自分に気が付きました。ホテルに帰ってきました。ホテルで場所がわからなくて迷っている人がいたら、また寄って行ってるんです。「何かお探しですか？」私びっくりしました。おせっかいといえばおせっかいで、私は人が好きですから結構人に寄って行くのはやぶさかではないんですけれども、だれかが目で合図してちょっと困ってるなと思ったら通常は助けに行ってます。その誰か人がいる。助けられると思ったら、引き寄せられて行っているというこの原動力どこから来るんだろう。と思いました。何度か通って私は４回くらいそういう研修にどっぷり浸かっているうちにこのホスピタリティーマインドの影響力を感じたんです。それはディズニーで働いてらっしゃるキャストといわれる従業

員と呼びませんが、配役ですね。キャストの方たちがとてもオープンでいつも助ける気持ちを持ってお客様に接しているんです。どこ見てもホスピタリティーマインド。何かお手伝いしましょうか？私が関わることによってあなたの人生がもっと良くなるのでしたら喜んで。という姿勢がどこにでもあるんです。それでいて押しつけがましくない。そういうところにいるうちに私にもそれが電波するんですね。私もそういう気持ちになってるんです。いつの間にか３日もいるとディズニーのキャストの一人になっている感覚がするんです。ディズニーの授業にはそういう感覚になりなさい。なんて書いてないんです。これは副産物なんです。なんでこんなに心地いいんだろう。なんでこんなに人のことが自分のことのように感じられて寄って行けるんだろう。と思ったら、その空間にはとてもいい形のホスピタリティーマインドが漂っていて、人々が心をオープンにし、緊張を解き、人と人が会うことが苦じゃなくなっている雰囲気がありました。何か質問してもにこやかに答えてくれます。これは日本の企業でもお客様、顧客の方から質問があったら、知らないとは言わずに必ず「はい。」とお受けしなさい。という社員教育がありますよね。でもそれはマニュアルに書いてある。ところが、ディズニーではそこにイメージ力があるんですね。もっと何かをしたい。一期一会です。もしかしたらお会いしてもう二度とお会いすることがないかもしれないこの人に何か付加価値を提供できたら。何か大げさに聞こえますけど、そこまで思ってしまうようなそういう場所でした。

私は実は世界銀行をやめて、まだ任期は続いていたんですけど、４年で辞めて帰ってくることにした理由の一つは、日本の国作りに参加したい。と思ったんですね。どうしてかと言いますと、向こうにいる間、聞こえてくるニュースは大変悲痛なものが多かったです。犯罪だとか自殺だとか過労死などそういうニュースが聞こえてくると、もったいない、日本は期待されているはずのいい国なのになんでだろう。と思ったら、日本の国作りに加担したいと思って帰ってきました。帰って来て私はこのディズニーのホスピタリティーマインドを取り入れたらどうなるんだろう。と思いました。みんなが、会う人会う人が自分のゲストのように、自分の友達のように、自分の仲間のように接したらどうだろうか。相手を傷つけたり人から物をくすねるとか、搾取するとかしないんじゃないかな。と思います。自分が相手と同じ人間でこのままだと相手にやられちゃうと緊張するから相手を殴ります。

これが世界で横行しているテロの根本だと思います。実はみんなが豊かな気持ちになればこの地球って平和になることができる要因はすべて揃っていると私は思います。それは、後でお話しする「世界がもし１００人の村だったら」の内容にも通ずることなんですが、ホスピタリティーマインドっていうのは実は世界平和なんですね。でもその第一歩は目の前の人を大切にするってことなんです。ですが、そこで終わってしまったら肝心なことを一つ忘れていませんか？ホスピタリティーマインドの一番の基本は自分のことをゲストのようにおもてなしをするという考え方です。自分を大切にしない人がどんなにきれいごとを言って、人のためにと言っても説得力がないんです。自分のことを反対に大切にしている人は、見ていて心地よい。自己犠牲がないからとってもすっきりします。自分をおもてなしする。「自分」と「おもてなし」という言葉は通常合わさらない言葉です。考えてみませんか？自分をあたかも大切なお客様のように対応し、待遇するとはどういうことなのか。一言で言うと「本音を潰さないで生きる。」ということでしょうか。私たち建前で生きすぎてません？しなければならない、なばならない、こうしないと笑われる、こうしないと人の道に外れる。そういう「しなければならない」とか、「ねばならない」の延長には楽しさはないんです。楽しく生きられないからストレスがたまってきて人に「ホスピタリティー？冗談じゃないわ。余裕ないもの。」何かにちょっと触れたらキッと逆ギレをする、ぶつかっただけで怒る。今、社会は大変緊張していると思います。それも元をただしていくと自分を大切におもてなしする心ができたなら、違うと思いませんか？自分を大切に、自分にふんだんに愛を注ぐ。私は二十年前からすっと講演を

していると初めて聞いた方が「知りませんでした。」とおっしゃるんですよ。人のために生きることだけを目的に生きてきたんです。自分を大切にすると言ったら他の人はどうなるんですか？目の前においしいケーキをいただきました。「でも私、ミャンマーの人のこと考えたら食べられません。」結構そういう人多くありませんか？そういう人、うーん、えらいなぁ。と思うけど、私はあんまりお友達にならなくてもいいなぁ。と思うんですね。辛そうですもの。自分が楽しくなくて人のためにやっている人のことってすぐわかります。なぜならばある言葉が聞こえてくるからです。何か人にやってあげてるというホスピタリティーマインドではなく義務感からやっている人の言葉には時々ぼやきが聞こえます。「私、土日も返上して病院へボランティアに行っているのに。」「私、この間あそこへ献金したのに。寄付したのに。時間さいて来てるのに。」挙句の果て子供たちに「育ててあげてるのに。」“のに”が出てきた場合は要チェックですよ。楽しんでない証拠です。同じ事も楽しんでやっている人はまず、“のに”が出ないんです。だいたい病院へボランティアに行っている行為が楽しいから、患者さんや病院の関係者に「いつもご苦労様です。」って言われなくても全然平気。楽しかったって帰れるんですけど、義務感から行っている人は「私たち毎週行ってるのに、あそこを通る看護師さんありがとうも言わないのよ。」なんてうちへ帰ってぼやいてる。そういう人には「行かないかないほうがいいですよ。」って言います。そういうふうに言われるとボランティアされるほうが迷惑です。と私は思います。ボランティアって怖いですよ。余裕がない人がボランティアをすると結構人に迷惑をかけまくります。ある人が、「私、子供に手が離れたからボランティア始めたんです。土日はお年寄りにお弁当運んでるんです。それなのにうちの家族ったら全然協力的ではないんです。夫なんて今日も行くのか？って言うんですよ。」って。私はイメージ力を使いました。この方の夫は何を考えているだろう？って。で、わかったんです。私がこの人の夫だったら「いい加減にしろ。」と言いたいって。家をないがしろにして、大義名分のためにボランティアに出ているんだったら、私は夫としておもしろくないですよ。だからわたしは夫の考えを簡単に要訳してみました。独りよがりかもしれませんが、私が一つアドバイスをするとしたらこれです。ボランティアを一回全部おやめになったら？って。そしたらその方びっくりしてました。「できません。これが私の生きる道」とか言ってましたよね。でもね、そこまで言うとわかってくるんです。カウンセラーですからね。それは、家がうまくいってない。ボランティアに逃げますからみんな。一応ボランティアに逃げてるうちは聞こえがいいんです。「博愛主義者ね。すばらしいわ、あの方。」って言われますけど、要はおうちが面白くない。おうちをおもしろく、楽しくする努力なく、人にホスピタリティーの片鱗を渡しているとしたら、これはちょっと歯車おかしいかなって思います。

　ディズニーの話に戻します。ディズニーには人に何かをして喜んでもらおう。というような人事教育をされているんです。私はそれを体験した時に今日はその授業ではないのですごく短くお話しますと、ディズニーではマニュアルでハウツーを教えています。そうですよね。マニュアル、取扱説明書というのは日本では出なかった土壌だと思いますね。日本に江戸時代からマニュアルがあったか？というと日本では昔から、習うより慣れろ。とか、盗んで覚えろ。とかこれって日本人の特質で日本語を使う私たちは情報をキャッチするときに言葉だけじゃなくて音質とかスピードとかあるいは体験した感覚とか表情とかで、この人が本当に喜んでいるかどうかを察知する能力が大変高いんです。方や西洋人は言葉で言われたことをきっちり理解することに長けています。どういうことかと言いますと、弁護士さんが必要なのは西洋です。言った、言わないという文言を弁護士さんがいちいち書いて相手に伝えて間違いのないようにするという社会です。日本はあまり毎日のことに弁護士が関わることがありません。みなさん専属の弁護士さん持っておられる方どのくらいいらっしゃいます？たぶんよっぽどのことがない限りないでしょ。弁護士さんがいなくても普通に生活が送れるというのは私は日本の恵まれたおもてなしの心

の延長にあるとてもうれしいことじゃないかなと思います。波風立てなくても解決できるんです。そこにはあうんの呼吸がありますよね。私たちはいろんなものを察知しながら相手を読み取る能力が高いんです。東洋人、南米の人とか、アフリカの人は同じです。西洋人は文言、ロゴスありきですから、言葉にとても重きを置く。この感覚の違いはあります。でも日本人って察知する能力がとても高い。お客様がこうすると喜んでくださる。今の顔はちょっとしかめっ面、この辺で話題を切り換えよう。すごく上手なはずだったんですよ。そしてこのあうんの呼吸と１０のところを１０言わなくてもちゃんと回っていましたよね。私はこの奥ゆかしい文化を大変誇りに思っています。海外に出ていた時に日本人のわびさびとか、行間を読むとかこの辺の文化に生まれ育ったことに私はとてもうれしく思います。ただし、西洋では通じません。ゆえに、西洋ではカセット切り替えます。西洋の方式でお話しないと伝わらない。つまり、思ったら言わないと伝わらないんです。思ったら言う。日本の文化では以心伝心という、思ったら言わなくても繋がってたんです。反対にしゃべりすぎる人のことはよくないと言われ、沈黙は金という言葉もあります。奥ゆかしさは静かにしているなぁというのがありましたが、いえいえ、西洋では１０言うところを１５言ってますから。私たちも１５までは言わないにしても１０はきっちり言う、以心伝心という四文字熟語は以心発信伝心といった人間力のコミュニケーション能力がここで生かされるんです。発信しないでいてなんであの人誤解するの？発信しないでいてなんでわかってもらえないの？というのは時代遅れです。発信しましょう。マニュアル、それは言葉できっちり物事を理解する上ではすばらしいツールです。これが日本にも入ってくるようになりました。操作マニュアルだとか､すべて今マニュアルですよね。取扱説明書。ディズニーのマニュアルが普通とちょっと違っているので少しお話しましょう。それはマニュアルをきっちり教えた後に一言加えるんです。日本はせっかく感覚で感じ取れるものもマニュアルに頼るようになって、これさえやっていれば間違いありませんよね。というようなぎすぎすした人間関係になった時に、この一言がこっちに伝わらなかったがために、おかしなことになりました。この一言とは何か。ディズニーが、マニュアルをすべて教えた新人の社員あるいは次にこの仕事を引き継ぐ人に全部教え終わった後にこう言っていました｡「あなたが今日まで学んできたマニュアルは明日からのあなたの仕事の５０％の部分です。」と言ってしまったのです。思いません？後の５０％は何？って。それはその人の今までの経験、今まで培ってきた個性、それから感性、イメージ力、独自性それが５０％なんです。つまり、どこ切っても同じ金太郎あめ的な部分に５０、その上に個性が５０というわけです。だからそこでは常にお客様をおもてなしする時にはこの５０％の部分をどう生かそう、どういうふうに使おう。私がここに就職する前、以前は花屋さんだったとしたら、その時の体験はここに生かせないだろうか？子育てやっていた時の経験は今の仕事に生かせないだろうか？常に常に考える習いせいになるように考えてあるんです。素敵だと思いません？そういう所でお客様をおもてなしすることって、いきいきしてます。だって自分のオリジナリティーが生かせるから｡自分らしさが出せるから｡人間は十派一絡げで、みんな同じと言われただけでやる気がなくなるんです。出る杭は打たれるから出ないように生きなさい。と言われた時にモチベーション、動機は落ちるんです。そして無難にすませればいいなぁと思う人が育っちゃうんです。でも、あなたの個性を生かしていいのよ。あなたらしく生きて。って言われたら、これ聞いただけでわくわくします｡10 歳ほど若かったらディズニーで働きたかったってずっと言い続けてました。そしたら 10 年若くなくてもいいじゃないって言われました｡確かにそれはそうだわ。でも、昔東京の外資系銀行で働いていた時代、いろんな人を採用するときに東京ディズニーランドで働いていた経験があるという人を結構採用しましたね。ホスピタリティーマインドはちゃんと伝承されているんです。人が必要としているものが察知して提供する。人を心地よくすることが自分の楽しみである。というようにイコールで結ばれているん

です。お給料は関係ないんです。別に金一封出ないです。親切にした人がたまたまどこかの大会社の社長さんでお礼に何かがくるって、そんなものないんです。だけど、工夫をこらしておもてなしの心で接することっておもしろいですよねぇ。わくわくします。毎日が新鮮になります。そういう思いやりを持った人たちが、町をつくり、あるいは県をつくり、国をつくりってなったときにすごいって思いませんか？ホスピタリティーマインドがきちっとカリキュラムに組み込まれているような学校の環境があったら、学級崩壊だとか、あるいはいじめだとか、無責任で生きるなんてことがなくなってくるんじゃないかと思います。ホスピタリティーマインドを活性化させて、何かわたしにできないかしら。わたしも。とやっているうちに私は楽しいという感覚が必ず手に取るとるようにわかるということがわかりました。義務感などという言葉は無用です。楽しいんですよ。わくわくする。そして昨日よりも今日、今日よりも明日と常に向上することが、実は若さへの鍵だってことがわかってきます。「もう、こんなものよ。人生は。」っていったとたんに 20 歳老けます。

余談ですけど、うちの夫婦会話がないって言う人から、どうやったら会話が増えますか？って質問あるんですね。で、「会話したいですか？」って言ったら「いいえ。」（笑）わたしったらまるで家政婦みたいです。って言う人がいました。「お弁当作って、子供を送り出して、掃除、洗濯、帰ってきたら夕食を作るという、会話がない。子供たちはそっぽ向いてるし、夫との会話なんかしたことない。」で、私ご主人になったつもりでイメージしたんです。奥さまに話したいかなぁと思ったら、話したくないだろうなぁ。たぶん。なぜかというと、きっと決まりきった返答しか返ってこないからです。人間って、意外性というものがなくなるとつまらなくなるんですよ。変化がないと飽きるんです。でしょ。ディズニーランドがなんでこんなに繁盛しているか、別の切り口からよんでみるとこうです。ディズニーランドは決して完成されていないからです。完成されちゃったら一回行ったら飽きるんです。だけど、完成されてないから、時代に応じてどんどん変化していってます。アトラクションは切り替わったり、やり方を変えたり、お店ができたり、商品が変わったり、人は動いている物に関しては引力を感じ興味を持ちます。だけど、目を閉じてしばらくしても同じ光景だったら引力も感じなければ魅力も感じません。だから「会話がないわ。」と言う方、ぜひ意外性をお試しになるといいですよ。どうするかっていうと、朝ご主人が出かけます。その時に「いってらっしゃい。今日お食事は？」「いらない。」という会話です。こういうのを会話と言わず、家庭内事務連絡といいます。ドキッとした方おられますか？家庭内事務連絡だけで 10 年やれるんです。で、「いってらっしゃい。」それでふつうは終わっちゃうんです。ぜんぜんおもしろくないですよね。ここに人間力を入れておもてなしの心というか相手を大切にする心を入れるとその入口は「意外性」です。どうしましょう。いつも「はい。」って答えているなら違う答え方しましょう。そうしたらご主人が「えっ。」って言いますよ。それで私たちが思いついたのは「今日お食事は？」「いらない。」「うわぁ、残念。」って言ったんです。しかも残念な気持ちをこめて「うわぁ、残念。今日はあなたの好きなカニなのに。」と、そうしたらご主人はいつもと違う返答だから顔を見るんですね。何かあったの？って感じでね。そこからご夫婦が変わっていったんです。意外性、いつもハンコで押したような返答しか返ってこないところから、何かスパークしてエネルギーが生まれるんです。それは何かいつもと違うことをして相手を楽しませる。これもサプライズの精神、ホスピタリティーマインドのひとつかなぁ。と思います。相手を心地よくさせる、面白くさせる、楽しくさせる、今日もあなたに会えてよかったなぁ。と思わせる。これはホスピタリティーマインドです。でも、もう一度繰り返して言いますと、これをやるためには、まずは自分におもてなしをして自分を大事にすることが大事だということです。

アメリカにいるときに、新聞に人生相談が載っていました。そこにはある５０歳を迎えた女性からの投稿がありました。「５０歳を迎えました。残りの人生の折り返し地点だとしたら残りの人生どういうことを思い

ながら生活すればいいのでしょうか？」という質問でした。その答えが奮ってたんですよ。Use Your Chinaと書いてありました。チャイナというのは中国という意味もありますが、陶器という意味です。アメリカの家ではとびっきりいい食器のセットが置いてあって、それはおもてなしのときだけ使うんです。日常用というのとお客様用が分かれているんです。その質問に答えた人は「そのおもてなし用の食器をご自分用に使いなさい。」と答えていたんです。これは短いセンテンスですけどかなり細かい示唆がありますよね。だって、お客様におもてなしする食器を自分に使うんですよ。発想の転換です。あらもったいない。っていう、そういうもんじゃなくて、自分をあたかもお客様のように大切におもてなしをしましょう。素敵だなぁと思いました。大切なものを自分に投資する。大切なものを自分に使う。自分のことをあたかも特別な人のように扱う。これをやっていると次が出てくるんですよ。

私は実験をしたんですね。自分のことを人に大切にしてもらうのをやめてまず、自分がホスピタリティーマインドを使うことに切り替えました。自分のことをとてもとても大切にしていたら、奇跡のようなことが起こったんです。どこへ行っても私は大切にされる。という事実に気づいたんです。ひとつはアメリカ時代歯医者さんへ行っていたんですね。アメリカでは一人に対して一人の歯医者さんでは済まないんです。歯医者さんがネットワークを組んでいて専門性がみんな別です。例えば歯肉の方、矯正の方、虫歯の方、もしくは歯根の方というようにそれぞれがネットワークを組んでいるのですが、私は自分を大切にしよう。と切り替えてお客様用の食器を自分用に使うがごとくに大切に大切にしていったら、私は歯医者さんへ行くとどこの歯医者さんでも特別扱いされたんです。ちょっと不思議でした。たまたまそのうちの一軒の歯医者さんがワシントンＤＣにありましたから、当時クリントン大統領の時代でしたから、クリントンさんの娘のチェルシーちゃんが行ってた歯医者さんだったんですね。私がもしチェルシーちゃんだったらＶＩＰ待遇だろうなと思うような待遇を私も受けたんです。私が入っていくと「お待ちしておりました。ミス中野。」と特別室に通されて、待たずに治療を受けられたり、時には二人分の治療をしていただいたりすごく親切なんです。狐につままれたようでした。私は秘書のアンというアメリカ人に「私どこの歯医者さんへ行っても丁重に扱われるの。まるでプリンセスみたい。」と言ったら彼女は「ふんっ。」と笑って「お金を払えばみんなそうよ。」って。超現実的でしょう。「でも、違うと思うのよ。」って言いました。今ならそう言えます。自分を大切にしている人は一種の違う雰囲気があるんですね。この人は大切にさせていただきたいという雰囲気が口でいうことなく周りに蔓延するんだと思います。自分を大切にしている人のところへ行くとその人の前でぞんざいな言葉はかけられないなぁ。と思います。

その反対に、むかしむかし私がアメリカへ行く前のこと、東京で頑張り屋さんのキャリアウーマンだったころ、おもてなしの心なんてとても余裕がない。自己主張するので精いっぱい。人が馬鹿にしないかって目を光らせてる。っていう時代があったんですが、そういう時って常に自分を人と比べて、自分を卑下する心があって、「どうせ私なんか。」って言葉をよく使ってたんです。「どうせ私なんかって。」そう言う人の表情ってどうせ私なんか。って顔なんですよ。「私なんかが行ってもいいんですか？」って言う人は、「私なんか。」なんですよ。でもそれに気が付かないから、日本語の言葉って言霊もありますよね。いつの間にか習いせいで、「私なんか。」って言ってたら「中野さんなんか。」って扱われていて、まさにこれが昨今の本屋さんでも出てます「鏡の法則」という本がありますよね。鏡なんです。自分を大切にしなければ、人はあなたを大切にしなくてもいい。と思わせてしまうんです。でも、一度でいいから自分を大切にしておもてなしをして、まるで大切な人のように対応しているうちに、さっき申しましたが、楽しいんですよ。苦痛がないんです。それどころか､楽しくて楽しくてしょうがないんです。そうしたら、いつの間にか周りもつられるんです。それ以来、私はどこへ行ってもおもてなしの心でおもてなしを受けられるプリンセスになった。と思うんです

よ。そこまで言うか。って思った人いますよね。どうも私のそういう考え方っていうのは今の日本に斬新だ。と言っていただくことが多いんですね。だいたい人のために生きるのが美徳だと教わってきた私たちに、「人はほっといてもいいから、自分を大切に。なんか、言っていいの？」なんて言われちゃうんです。「いいと思いますよ。」ってまずやってみませんか？ホスピタリティーが心地よいもので人間同士が住むとき、あるいは一緒に働くとき、または一緒に学ぶとき、その時に大変心地よい緩衝材になるとしたら、それを使える使い手になりませんか？自分にホスピタリティーを。だと思います。

そこまでいった私は次の研究が始まりました。それは、ツキを呼ぶ。幸運体質になる。っていう研究を始めたんですね。いけました。そういう心持ちでいって、気が付いたら、ツキを呼び込む体質、幸運を呼び込む体質になっていたんです。今、「幸運」という言葉でインターネットで探したり、本屋さんで本を探したらいっぱいでてますよ。みんな幸せになりたいんです。私は世界銀行で１３７カ国の１万人の人と一緒に仕事をしました。２年目から人事カウンセラーということで、１５００人のクライアント、つまり職員９０カ国の人たちのカウンセリングをしてきました。みんな育った環境も言葉も信条も価値観も違うんですが、あることに気が付きました。みんなひとつのことは共通だ。ということです。何かって言いますと、幸せになりたい。という願望です。私は不幸せになりたい。って豪語している人って結構嘘っぽい。って思います。もう諦めてそれでも言わないとやってられないような人だと思います。でも、腹を割って「ほんとに？どうなの？」って話していると「幸せになりたいですよ。でもね。わたしなんかどうせ。」っておっしゃるんですよね。幸せになりたいのはみんな一緒だったんです。当時、ニューヨークの地下鉄が爆破されたことがありました。9月11日のあのテロの前にもアメリカではたくさんテロがありました。テロリストたちを人々は指をさして非難しますが、でも私はマイクを持って彼らにインタビューしに行ったとしたら「幸せになりたいですか？」と聞くと「幸せになりたい。」と答えるんです。幸せになりたい。という意識はみんな同じなのに何が違うかと言うと何を持って幸せかどうかというツールは違うんです。テロリストたちは悪の根源である例えば、アメリカの大富豪とか政治家を倒すと幸せになれる。と思っているのでしょう。アフリカのある所の親は「子供の学校の校庭から地雷が全部撤去されたら私は幸せ。」と言うでしょう。インドの小さな村に住む人は「明日の小麦粉が買えたら幸せ。」と言うかもしれません。つまり、幸せになりたい。というのは全員同じだったんです。ただ、その手段が全員違ったんです。そう考えると、人間ってわかりやすいな。って思ったんですね。

地球全体の人を理解しようと思ったら難しいようで、そう難しいものではありません。今、６４億人と言われているんですね。今日、皆さんのお手元に「世界がもし 100 人の村だったら」という私が訳した部分の原本のコピーを配っていただきました。この 100 人の村、その後、池田佳代子さんって翻訳家の方が新しい数字に直してマガジンハウスからベストセラーが出ました。それによっていろんな番組もできました。いまだに教科書に使われたり、試験問題の教材に使われたり、とても大切なメッセージだったんですが、この「100 人の村」のお話ご存じだった方どのくらいおられますか？かなりの方が知っておられますね。ぜひ、私のオリジナルのバージョンを今日お持ち帰りになって、眺めてみてください。これについてちょっとお話をさせていただきたいと思います。これって裏と表でちょっと違います。表は現在の人口統計比率を全部盛り込んで 100 人に縮小したら、その 100 人はどんなふうに見えるかということが書いてあります。人数の分布があります。これでいろんなものが読み解けます。なぜ、アメリカがテロの標的にされたかというと、100 人中 6 人が全体の富の 6 割以上を保有して、その 6 人がみんなアメリカ合衆国国籍を持っていた。と書いてあります。そうしたら、貧乏だとか辛いという人たちが「あそこが搾取している。そこはアメリカだ。」となったらボンといきたくなっちゃったのが、なんとなくイメー

ジ湧きませんか？そして、ここは大学という環境でお話をさせていただいていますが、このメッセージを読むと大学の教育を受けているのは 100 人中たった一人。コンピューターを持っている人もたった一人だけなんです。それは世界の数字をここに集めてみると、このメッセージをまず前半を読んだ時にポイントは一番下の 3 つだなぁ。と思いました。これって人間力？とも言える部分です。このように縮小された全体図を見るとどういうことが大切かというと、次の 3 つが大切なんです。

まず 1 つ目、相手をあるがままに受け入れることです。相手を変えようとしないで、相手を尊重してあるがままを受け入れようとする広い心。2 つ目、自分ともし違っていたら、なんで違うんだろうと歩み寄る姿勢、近寄る姿勢。ここにはイメージ力とかコミュニケーション能力が入ってきます。3 つ目、そういう事実を知る教育。つまり、言い換えると、世界はいろんな人が構成しているんですよ。多様性があるから実は世界は面白いんですよ。とわかるような教育が必要なんです。私は教育現場が、何かを押しつけるとか、正しいこととそうじゃないことを区別する、裁くのではなくて、いろんなものが多様性があって、その人たちが先ほど学長がおっしゃった、コラボレーションです。一緒につながりあって、科学反応を起こしてより良いものを生み出す。ということがわかる教育が必要なんです。この 3 つが必要だということがこのメッセージには書いてありました。私は大変共感しました。このメッセージが私のパソコンに入ったのが 2001 年の 3 月 7 日です。私は 1998 年から日本で活躍していますから、帰って来て 2 年位経った時、この発信元は世界銀行の友人でした。友人がみんなに回すメールとして書いてあったのはこうだったんです。「今日、ついてないなぁ。と感じたあなたも、このメッセージを読んだら世界が違って見えるかも。」って書いてあったんです。ちょっとそそられました。「へぇ。今日私ついてないの。何？」って思って読んだら、こういう分布図だったんです。わくわくしました。私は長い間金融機関でお勤めしていながら、あまり数字には明るくないので 100 という単位はとてもわかりやすかったですね。これは元々、アメリカの社会学者のドネラ・メロウズさんという方が 1000 人の村のレポートというのをお書きになって、1000 人がだんだんネット上でぐるぐる回っているうちに誰かが 100 人に小さくしてくれたんです。おもしろいですよね。誰だか分らない。でも、このメッセージが皆さんのお手元に届いてお役に立てられるとしたら、功労者は誰かとしたらその大学の先生の 1000 人の学術賞を 100 人の村に変更してくださったセンスのいい方かなって思います。私はこれを見た瞬間に手のひらに地球儀が乗った。と実感しました。と、思った時に世界と自分との距離がぎゅーっと縮まりました。世の中によく聞く、地球は一つという理論、あるいはガイア理論と言いますけど、地球のここで起こっていることがこっちのほうへ無関心ではなくて、すべてつながっている。という考え方です。それを教えてくれているのが温暖化の現象ですよね。うちだけはたくさんオゾンを破壊してもいい、というところもあればこっちで嘆く人がいる。太平洋のある島はもうすぐ沈むと言われている。これは「あの島に親戚がいないから、私平気。」とは言ってられないんです。つまり地球がものすごく小さくなってきている、つまり日本人は島国だから。とか言ってられないんですよ。鎖国は解かなきゃ。そういうときに 100 人の村ってわかりやすいと思いました。それでわくわくしながら後半を読みました。今度はこんな切り口から世界を見てみましょう。今度は 100 人の村ではなくその当時は世界の人口が 60 億と言われていました。今は 64 億ですが。もしも今日目覚めたとき健康だなぁ。と感じた人は今週生き延びることができないであろう 100 万人の人たちより恵まれている。それはお病気で、あるいは地雷を踏んで、交通事故に巻き込まれて、命を卒業される人より今日元気で「あーいい感じ」って言ったらそれだけ幸せよ。あるいはここに来るときに銃を向けられたとか捕まったとか拷問にあったとかそんなことなくて行きたいところに行けるといったら 5 億人の人より条件的に恵まれている。それから、たとえば冷蔵庫に食糧があり、みなさん Yes ですよね。着る服があり、

頭の上には屋根があります。帰ったら寝るところがある。そうしたら世界の人々を全部 64 億人並べて経済的な豊かさという視点から見たときになんと 75%の人たちよりもみんな日本人は豊かなほうの 25%に入っていると思いませんか。そして今度は貨幣経済です。銀行にお金があって、お財布にお金があって小銭があったら、上位８%の中に入るって、ますます日本は入るわ。と思ったんですよ。すごい。そしてここら辺がアメリカらしいな。と思ったのは、あなたの両親が健在でまだ二人が一緒なら。アメリカではご両親健在でもまだ二人が一緒というのはめずらしいらしいので。まだ、ご両親一緒ということでこれ全部私当てはまっているんです。すごい幸せです。でもここで、日本人のある特質があるんですね。恵まれてるってことをあまり良しとしない風情、風潮があります。恵まれてるのが申し訳ないという気持ちがあるんですね。ですから、私実はこの詩の下のほうに横文字にしましたが、お金に執着することなく喜んで働きましょう。から始まる、あたかもここが地上の天国であるかのように生きていきましょう。このたった 5 行の詩なんですが、これって大きく意訳してあります。原本ではすべて命令口調でございました。働きなさい。愛しなさい。歌いなさい。踊りなさい。上からものを言うような口調で書いてあったんです。私はここにちょっと疑問を感じました。はたして、人に命令されて従うというのはいかがなものでしょうか。これからは、自主的に活動する人たちが活躍する世の中なのに、これが正しいことだからこの通りしなさい。と押しつけたらどんなものかと思ったので、私は独断ですべてを Let’s に変えました。お誘い文にしたんです。後から新聞社の方とかいろんな方が来て私に情報をくださったんですが、私が訳して発信したことが日本に大きなうねりになったのですが、はじめての訳者じゃなかったんです。6 か月前に海外にいる日本人がこれと同じ文を訳してネットで配信したんだそうです。ところが、広がらなかったんですね。で、「どこが違うか分析しました。」と北海道新聞の方がおっしゃったんですね。「これは中野さんの意訳が違います。」と言われたんですね。その方はすべてを忠実に命令口調にしたんです。最後にこれだけのデータをもらって、あーしろ。こーしろ。と言われたら、私たちの心はどうなると思います？なんかちっちゃくなりません？それで急に買い物できないわ。とか残しちゃだめだわ。ってお母さんが「ピーマン残しちゃダメでしょ。ミャンマーの子のこと考えなさい。」ってなるんですよ。私たちってどんどん締めていってしまうんですよ。でも、そんなことをするために私はこれを訳してるんじゃないから。私はこうならないためにも、私は結構お買い物好きなんですけど、「買い物なんかしないで地震の災害者へ寄付しなさい。」とか言われると、どんどん小さくなってしますんですよ。経済活動も小さくなっていきます。楽しみも減っていきます。そうしたら、幸せじゃなくなるんです。幸せじゃなくなったら、人は幸せを振り撒けない。だから全部こんなのでどうでしょうか？いかがなものでしょうか？私はこう思います。というような Let’s にしたのが実は原因だったんです。ちょっと余談になりますが、この Let’s の出し方がこれからの情報の出し方の大きな違いです。

ビジネスの世界におられる方がたくさんおられますけど、これからもし大切な情報を流したいと思ったなら、上から下への流し方だと、特に若い方からは受け入れられなくなってくるでしょう。それはルールが変わったからです。20 世紀と 21 世紀は。20 世紀はわかった人がわからない人に教えるトップダウンでした。21 世紀は変わりました。知っている人が分かち合う時代で、分かち合いというのは上下がないんです。分かち合いは横に広がる。上から諭したりするときはトップダウンです。分かち合うと喜びまで電波しますから、その気になる人をたくさん排出することができます。でも「何も言うな。これでいいんだ。」と言う経営者の人がいまだにいます。「すみません、社長。これはどうしてここに来るんでしょうか？」「そんなこと聞かなくていい。」私は若い頃、会社でそういう質問したら「そんなのまで知らなくていい。ただコピーすればいい。」と言われたことがあるんですね。ああいう教育を受けてきた私たちはどうなるかというと、コピーさえして

いれば無難だ。という人間になっちゃったんです。自分からこのコピー、どうなんですか。という疑問も持たなくなっちゃった。でも時代は変わりました。自分が考えて動く人たちの時代になった時に「言われたからそうします。」という時代ではない。分かち合う。情報は広げる。そしてそういう情報や体験を持っている人と横に繋がる社会が来たと思っています。横に繋がるとおもしろいですよ。誰と繋がったかによって科学反応が変わってくるんです。私は嫌な人とは付き合わなくなってきましたね。仕事以外は。会社の場合はそれが言えません。「私、上司が嫌いだからやめます。」と言っていたらいくつ仕事変わっても間に合わない。仕事の場ではプロフェッショナルである。ということが大切です。好き嫌いを言うよりもプロである。ということが先行します。でもプライベートでは一緒にいてエネルギーが湧く友達と一緒にいよう。と決めたんです。そしたら否定的なことばっかり言っている人、人を裁く態度ですぐ非難する人、それから悲観的なこと、例えば「温暖化でしょう。とか殺人でしょう。」そういう人とはいい距離を保ってあまりお付き合いをしなくなりました。「そんなことしていていいんですか？現実を見なくては。」と言われました。私、辛い現実を見ていても元気が出ない。と思うんですよ。だけど、さっきも言いました、自分をおもてなしして自分を大切にしたら、究極の局面にいても逃げなくなります。考えます。工夫します。自分ひとりでできなかったらコラボレーションしている仲間に連絡をとって「来て。助けて。アドバイスちょうだい。」と、逃げなくなります。だから自分を大切に。一言で言ったらそういうことになりますね。

私は人間を見るときの基本、カウンセラーとしての基本は二つあります。ひとつは「人間は性善説である。」ということ。人間はみんな実はすばらしい愛と調和の光であると言えます。宗教とかではなくて。でも環境があまり芳しくないと、この光の周りにカバーがかかって光が外には見えず、その人がとる行動が調和を欠く行動としてしまうんです。相手をひっぱったり、叩いたり、殴ったり。でも、連続殺人犯の心の中は真っ黒か、というと私はそうじゃない。と思います。光輝く生まれたての赤ちゃんと同じ存在にもかかわらず、経験や体験によってどんどん曇ってきているのかなって。

もう一つの信条はWinWinなんです。一人勝ちの時代は終わっちゃいました。今から私は一番になる。って人は時代遅れです。競争は大切。でも人を倒す競争ではなく、競争は昨日の自分と競争する競争、これは向上心です。だけど、横並びであの人より抜きんでたい。この人は潰してあげる。と言っているから今いろんなところで歪ができているんです。競争は昨日の自分としましょう。「えーっ、一番目指しちゃいけないんですか？」って高校生に言われました。親から相当言われているんですよね。学校でも先生から。「でも1番じゃ疲れるでしょ。」って言ったら「はい。」「2番のこと嫌いでしょ。」「嫌いです。」「あの子が試験のとき風邪ひいて休んでくれたらうれしいと思うでしょ。」「思います。」1番なんてちっちゃな席を争うから苦しいんですよ。反対に私は「一流を目指せ。」と切り替えました。一流です。一流は席50も100もありますよ。ここにいらっしゃる方が私は一流。と思ったら全員一流の席に座れるんです。この一流と言う席には、自分に対する誇り。それから前向きさ。そして自分を大切にする要素が含まれているだろう。と思います。「私、一流になりたいんですけど。」と言ってくる人がいました。「へぇ、あなたが一流だとしたらどんな人とお友達になりたい？イメージしてみて。」と言ったら、「一流だと思います。」「でしょ。だからまず、あなたが一流になることよ。」って言ったんです。一流の人が、「仕事に対して生き方に対して凛としたものを持って社会道徳なんていうのは当然のこと。一人勝ちじゃないの。みんなと一緒に自分の特性を生かして生き切りたい。」と言う人が、「どうでもいいです。」なんて言う人とお茶飲むと思います？繋がらないんですよ。生き方って不思議なもので、同じ周波数の人しか繋がれない。これを日本のことわざで「類は友を呼ぶ。」と言いますよね。類じゃなかったら引き合わないんです。だったら「素敵な友達がほしい。」という人だったら、その素敵なと

いう条件を自分にかぶせて、そういう自分になればいいと思います。私も素敵な友達が欲しかった。だから素敵な友達の条件を書き出しました。一番の条件は「自分のことを大切に思っている人。」こういう人と出かけると楽なんですよね。反対に「どうせ、私なんか。一流なんて興味ない。」と言っている人と出かけると大変なんです。「こういうグループでお出かけしますけど、ご一緒しませんか？」って言ったら「えっ、私なんか行ってもいいんですか？」って。私なんかっておっしゃったので、「あっ、やめます。」って言ったんですよ。その人はただ、謙遜しただけだったんですよ。私なんかって、自分はうれしいのに謙遜したんですよ。私はでも、謙遜でさえもここではマイナスだと思います。「私なんか、私なんか…」と言っている間に言霊に取り囲まれますから。あなたが出るところになったら「いいえ、私なんか。」って言ってます。これから地球を良くしようと私は思ってるんです。その時に腕まくりして「行きますよ。」って言っているときに「私なんか。」って言ってる人がいたらお荷物だと思います。でしょ。だから「ありがとう。」と素直に言える人と繋がりたいと思います。それにはどんなお誘いが来ても「やってみたい。行くわ。」という自分でありたい。「えー、私なんか。」私は昔そういう人間だったし、謙虚さが大事って言われてたから履き違えてました。褒められると大抵、ワイパーという行為をしてました。ワイパーというのは、「中野さん、今日のスカーフお似合いね。」「いえいえ、安物。」って言ってましたね。「中野さん、いつもやさしいのね。」「とんでもない、うちじゃ、ひどいの。」とかね。何でかと言うと、そう言わないと許してもらえない風潮が日本にはあったからなんですよ。「そうなの。」って言ったら「まっ。」って。例えばお世辞で「中野さん、そのイヤリングとっても素敵ね。」「わぁ、うれしい。」なんて言おうものなら「やだ。この人、お世辞に乗ってる。」これは日本の文化の中に受け継がれちゃった一部ですよ。ほんとはそういうものじゃない。と思います。だけど、いつの間にか形骸化してしまって、このワイパー。このワイパーで幸せに暮らせるのを自分で止めている人がすごく多いんですね。自分のことを見れない。自分のことを自尊心、大切にする気持ちが出ない。という人は、まずはホスピタリティを自分から、戻って戻って。と思います。反対にそれさえ押えとけば、後は棚ぼた式です。濡れ手に粟です。神風が吹きます。あっ。と気が付いたらツキがまとわりつく人生。そうするとある方が聞きます。「でも、私ばっかりツイちゃっていんでしょうか？」出そうな質問でしょ。「いいんです。いいんです。」って言います。あなたが徹底的にツイて幸運体質になれば、あなたから溢れたものはこの総社市に、岡山県に広がるでしょ。あなたが半分に切って「結構です。結構です。」って言ってたらどこにそれは回るの。幸せなら絶頂の幸せを体験しましょう。私、小さい頃木登り名人だったんです。一番上にいるときは「気を付けろ。」とか「天狗になっちゃいけないよ。」とか。私も親から聞きました。「有頂天になっていると足元すくわれるぞ。」と。だから有頂天になる自分が怖くて「いえいえ、とんでもありません。試験に受かったのはまぐれです。」とか言ってたの。でもこれって、冷静に考えてみると結構、損してますよ。私は全部いただきます。褒められたら全部「ありがとう。」です。だって自分が気付いてなくても、誰かが見つけてくれたらそれは「ありがとう。」だし、明らかに歯の浮くようなお世辞を言われても「ありがとう。」ですよ。これってね。ちょっと、面白い楽しみがあるんです。お世辞を言ってきている人が「うれしい。ありがとう。」と言った瞬間、うろたえる顔。これを見るのは結構、面白い。愉快ですよ。それでね。「えっ。私、今何か言いましたか？」って顔するんですよ。つまり、日本の中にはいつの間にか作られてしまった習慣があって、それが、いつの間にか刷り込みになって、それがいつの間にかあなたの生き方を狭めていって、人におもてなしをする余裕まで無くなっている。ということです。今日、みなさん、お帰りになるときに３センチくらい背が高くなっているような気がすると思います。だって、自分をおもてなししてるんですもの。みなさん。大切なＶＩＰがお帰りですよ。「そんなこと言っていいんですか？そんなこと言ったら私、天狗になっちゃうんじゃないです

か？」「なりましょうよ。」って。人と比べない限り、有頂天はＯＫです。人と比べるからおかしいんです。それがうぬぼれと自画自賛の違いなんです。うぬぼれというのは人と比べて自慢したり、威圧したり、卑下したりすることがうぬぼれです。自画自賛というのは人を巻き込まないんですよ。自分だけ見ていて、私ＶＩＰ、私素敵って思ってるだけで人に迷惑かけない。それどころか自分のことを大切にしていると、人にどう思われても今晩よく眠りにつけます。変な言い方ですが、私自身、自画自賛の手は抜かないです。これだけたくさんの方にお話を聞いていただくとき自画自賛の手を抜いてしまってら、私がすごいと思われたいがために、講演のあちこちに「私ってすごいでしょ。」っていうサブリミナル効果を入れだしますから。講演される方の講演に興味を持って聞かれるといいですよ。時々サブリミナルがきます。そうすると、講演が終わってお帰りになるときに「あの先生はすごい。比べて私は何をしていたんだろう。いままで目をつむってきてしまった。なんて不甲斐ない。」ってお帰りになる方は、講演者からすると、こちらにサブリミナルが入っているんじゃないかな。って思います。「なんだ、私にもできるってことがわかった。」っていうときには、自画自賛が足りている人。だから今日、私は終わる前から絶賛していますよ。頭の中で。「よかった。」とか言って。「すごい。」って言われます。私は新しい発言をしますと、そのうち慣れてくると、こっちに来ると戻れないんですよ。苦労を背負って、「私は何のために？」とか言ってたのが「えっ。」って言われますよ。

私は岡山で二か月に一回考え方の講習をしていますが、大阪や東京でもやってるんですね。そこでいらっしゃった方に「これでいいんですか？」って言われるんですが「私、これで 20 年ほどやってますけど、大丈夫だと思います。」少なくても私は幸せ。なぜならば、明日も生きる。とは誰も保障されてないんですよ。ここが基本です。私はホスピスカウンセラーでもありますので、アメリカで末期と宣告された方のお話を聞くボランティアをしていたことがありました。あの方たちは宣告されてますから、いつかは逝くだろう。と割と距離が近い。でも私たちはおいしいもの食べていてそこから大きな地震が起きるかも知れない。だったら、幸せになることに手を抜けないと思いませんか？神様が「トントン、時間切れです。」って言った時に「すみません。もうちょっと待ってください。まだ楽しんでない。」っていう交渉ができるかどうかは私はまだ試してないのでわかりません。この時に「はい。いいですよ。私は十分楽しみました。」という人生を送りたいなら、何かに気づいたら今日行動したい。と思います。それから、どれが正しい、どれが間違っているという生き方はありません。今日はホスピタリティーマインドをお話していますけど、ホスピタリティーマインドなんていうのは余裕がある人がすればいい。なんて言うならそれもあり。なんです。決められた生き方じゃなくて自分なりの生き方をトライする。そしてひとりひとりの自分なりの人生哲学を歩んで生きているならすごいなって思います。ホスピタリティーマインドは公務員にも必要だと思いました。

私は最後は国際公務員という身分でしたけれども、大きなお仕事をしていたり、公務員のお仕事ですと、どうも権利とか既得権なんかに敏感になりすぎるんですが、やはり人とかかわる仕事はすべてホスピタリティーマインドが必要と思います。それが銀行の窓口であったり、あるいはＮＰＯ法人であっても、どこにいてもお役所でも、あるいはお商売をしていても、ホスピタリティーマインドを振りかけて仕事をした時、あなたは変わります。そしてあなたに指名が来るようになります。「あなたから買いたい。」「あなたにお願いしたい。」「この方に予約したい。」こうなってきたときに人間力がついているという証拠です。誰でもいい、という顔の見えないサービスから、心をこめてあなたがおもてなしをするということによって、お客様にあなたに引力が付いてくる。関わるクライアントさんが私を見てくれる。例えば看護師さんなら患者さんが喜んでくれる。顔の見える仕事をすること。これはとても大切なことだと思います。顔が見えるビジネスですから、逃げられませんよ。責任はきっちり取らなければなりません。ですが、最近、高校生、大学生を見てい

ると、「自由が欲しい。」という人がやたら多いんです。親ががっちがちに固めるからでしょう。「自由にさせてほしい。自由、自由。」という割にはずーっと不完全燃焼の若者が増えてきました。なぜならば、自由と言って、翼を広げてここで飛んでいるからです。自由には責任という羽が広がらなければ遠くへ飛んで行けない。これを私たち大人は行動をもって教えてあげなければいけない。これを持って子供たちに体験させてあげたいなと思います。責任を取りさえすれば、どんな人生も有りだと思います。責任を取らないからおかしくなってきます。私は覚悟しました。私の人生、いつ終りになるかわからないから、今日の自分に責任を取ろう。その代り人に流されるのではなく自由に発想しよう。とやったら、少なくてもどこでも飛んで行けるんじゃないか？という気がしています。こういうことを言い続けることがとても大切だな。と思えるのは、今の若者がちょっと疲れてきているからです。そして、大人になりたくない。という若者が増えてきているんです。責任を取りたくない。という子供が増えてきているんです。昨今、大学院へ行きたい。という子供が増えてきているんです。お父様やお母様から相談を受けると「ちょっと、待ってください。応援してください。ただし、お金は出さない。と言ってください。」って。昨今、大学を出ても就職がピンとこない。2年稼ごうか？っていう人もいるんです。だけど、そうじゃなくて志を持って学び、それを社会の役に立つ経済的自立、そしてまわりにそれを広めていこうという子供たちが増えてきたら日本は世界に対していいサンプルを見せることができます。大変だと言われていても、とりあえず頭の上には屋根があり、食べるものがある。という人が大多数です。そういう人が、世界の環境を良くすることに立ち上がらないと、他の国は待っています。食べるものも食べないで。他の国は待っています。お金しか信じるものがなくなったら。他の国は待っています。力のある人しかいい思いができない国だったならば。日本はいろんな意味でリベラルでいろんな考えができるし、実行に移すことも工夫ができます。一人でできなければコラボレーションすればいいんです。一流の人と繋がりましょうよ。そうしたら、日本は動かせる。とつくづく思います。

参考資料2

第７回晴れの国鬼ノ城シンポジウム
「食卓を守るー食の安全と安心ー」要旨

■挨拶　　学長　三宮 信夫

本日はようこそ岡山県立大学にお越し戴きました。心より歓迎申し上げます。また新山陽子先生、広田大介先生､佐藤 久子先生にはお忙しいところお越しくださり感謝しております。

本学は人間尊重と福祉の理念を掲げて平成五年に開学いたしました。そして法人化をきっかけに、さらに地域に開かれた大学として益々の地域貢献活動に努めているところです。

地域貢献は、今日のシンポジウムを担当している保健福祉推進センターが担っています。保健福祉推進センターでは、本日のシンポジウムのほかに、保健福祉分野の第一線で活躍しておられる専門家の方のレベルアップのため、あるいは地域の保健福祉の増進のために８つの研究会を設けて活動しているほか、講演や実技指導、１日保健福祉センターなどの事業も行っています。

さて、本日のシンポジウムのテーマは「食卓を守るーの安全と安心ー」です。現在、非常に問題となっておりますテーマを皆さんと一緒に考えていきたいと思います。我が国の食糧自給率はカロリーベースで４０％と、大きく輸入に依存しています。国としては最も基本的な施策であるべき食糧のことを長年、半分以上を外国に頼ってきたということが今更ながら間違っていたのではないかと思える部分もあります。最近問題となっている毒入り餃子やうなぎの産地偽装、事故米の食用米としての流通など、食の安全に対する信頼を根本から揺るがす事件がありますが、根本的な問題は食の安全供給（自給率など)もあるだろう。今回のシンポジウムではいろいろな観点から食の安全・安心について切り込んでいきたいと思います。

私たちは１日に３度食事をしているわけですが、他の国に安全や安心を任せきりにしているのではないでしょうか。特に気をつけなくても消費者は充分に大丈夫なもの、美味しくいただける、という考えがあったがそれを捨てなければならない。消費者が食の安全に対し、自らが正しい知識をもって正しい判断をすることが必要ではないでしょうか。そして消費者ではどうしようもない問題に関しては改革の声を上げることが必要ではないでしょうか。どうか皆様が知識と理解を深めていただき本日は安心してお帰りいただければ幸いです。皆さんにとりまして良い時間になりますことを祈念いたしまして私の開会のご挨拶とさせていただきます。

■基調講演１　　座長　栄養学科教授　辻　英明
「食品安全と消費者のリスク知覚」
講師　京都大学農学研究科 教授　新山 陽子氏

□先進国で食品事件が続発する状態とその背景について

日本で９０年代半ばから起こっている大きな事件をあげると、O-157、雪印の黄色ブドウ球菌事件、BSE、表示偽装、薬物混入による食中毒などたくさんあります。現在は大量消費、大量流通の時代なので、事件が

起こると非常に広がりが大きく程度も大きくなるのです。いろいろな問題が起こっていますが、日常的に大事なのは食品の安全性確保ということになります。そして安全性の確保ができない食品を市場に出さないということが大切になります。しかし、そういうしくみをつくっていても不適切なものが出回ることがありますので、回収というしくみをつくっておくことが必要です。間違いが起こることがあるので、撤去回収ということが必要になります。頻繁に表示偽装が報道されていますが、イコール（＝）食品安全が脅かされているといえるかどうか、このことについて考えてみたいと思います。たとえば食品の表示偽装の問題ですが、原産地（どこでとれたか)、材料（牛肉か豚肉か)、賞味期限の偽装がありましたが、これは食品の安全には直接に関係しません。もちろんあってはならないことですが、岡山でとれてもほかの場所で取れても、牛肉であっても豚肉であっても健康に悪影響が及ぶわけではないのです。食品表示においては、直接安全性にかかわるものばかりではないということを頭に入れておいてほしいと思います。ただしアレルギー物質の表示、これは表示ミスがあり間違って食すと場合によっては命に危険があるので大変です。このように、危険の度合いにおいて事前に区分けをしておくことが必要となります。

食品の安全確保はどのように行われているのでしょうか。アメリカでも 90 年代に O-１５７による大規模食中毒が起こり、炭素菌入りの手紙でバイオテロへの危険がいわれました。ヨーロッパではＢＳＥ、ダイオキシン入りの餌などが問題になりました。微生物制御による問題や化学物質汚染がこれまでになく広域化してきています。ＢＳＥも制御に長時間を要しました。これまでにない状況に対して対応も変化が必要になってきています。バイオハザードの考え方です。

かつては食品に含まれる危害因子をゼロにできると考えて対策がとられていましたが、大規模な食品事故の経験から危害因子は完全に排除できないと認識されるようになりました。たとえば、微生物は人間や家畜の体表や口腔、腸内に、また、環境中に常在していま す。予測できない危害因子として突然変異や変異型プリオンの問題があります。そしてヒューマンエラー(人間が犯すミス）の問題もあります。

ところで、危害を及ぼすかどうかは程度によります（量と作用の関係)。多くの因子で危害と利益はメダルの裏表の関係にあります。農薬も適度に使えば収益があがるのですが、使いすぎると健康に危害を及ぼします。危害因子は「ある」、か「なし」、ではなく健康に与える悪影響がどの程度であるかが問題であり、将来の発生可能性に備えることが大切であると考えられるようになりました。

新しい食品の安全性確保とは。ひとつは国が行うこととしてリスクアナリシスがあります。これは科学的データにもとづいてリスクアナリシス（リスク管理）をする方法です。生産流通現場ではＨＡＣＣＰなど特定危害因子の集中的な管理などが行われています。ＥＵではＨＡＣＣＰ、農場ではＧＡＰなどが義務化されていますが、日本はそうではなく進んでいるとはいえない状況です。

Ｒｉｓｋ（リスク）とは、食品中に危害因子が存在することによって、健康への悪影響が発生する「確率」と「重篤度」（Ｃｏｄｅｘ定義）をいいます。これは重要なので覚えておいて欲しいと思います。

危害因子（hazard）とは：健康に悪影響を引き起こす可能性を持った食物のなかの生物的、化学的、物理的、物理的な作用を引き起こす物、食物の状態をいいます。しかし危害因子はゼロにはできません。ではどこを目指すかというのがリスク管理という考え方になります。リスク管理では社会的に許容できるレベルまで落とすというのがﾎﾟｲﾝﾄです。何もしない状態だったらリスクはどれくらいあるのか、許容できるレベルとは？そうして考えて、どれくらいというレベルを決めます。国際的には Codex 委員会で提唱され、日本では１０年遅れて導入されました。

・リスクアセスメントとリスクマネジメント、そしてリスクコミュニケーション

リスクアセスメントは自然科学者が行い、リスクが

どれくらいあるかということを判定します。日本では食品安全委員会が担当しています。リスクマネジメントは厚生労働省、農林水産省が担当し、政策規制の立案と実行をおこないます。マネジメントとアセスメントの間のやりとりが「リスクコミュニケーション」です。

消費者は非常に農薬や食品添加物に過敏です。実際に食中毒がどういう影響で起こっているのか、食品由来の悪影響は全て食中毒などが多く、化学物質が原因で食中毒が起こる確率はほとんどない状況です。自然毒（キノコ・ふぐのキモなど）で死亡する人が多いのです（死亡者多い)。一方、細菌性の原因での死亡者、O-157 の死亡者が４人を越えているのは大きな問題です。消費者が考えていることと実際に起こっている事件が違っているのです。

農産物中の残留農薬検査５３万件のうち農薬検出は２６７６件で、率は非常に低いものです。汚染には「意図する汚染」と「意図しない汚染」があります。意図する汚染については使用時点で使用方法を制御することによりリスクを許容限度に制御することが可能です。しかし意図しない汚染については細菌の増加などがありますが、それぞれのフードチェーンのレベルで予防しなくてはならないものです。

１日摂取許容量（ADI）とは、人間が生涯食べ続けても摂取による傷害が起こらない量をいいます。微生物学的アセスメントは、農場からフォークまでの各段階で評価する必要があるものです。

たとえば、どの農家から出荷された原材料がどの種類の製品に使われているのかがわからなければ正しい食品の回収はできません。これはトレーサビリティという考え方で行われるようになってきています。

安全が確保されているにもかかわらず、人間では認知でバイヤスがかかります。消費者の感じ方が安心といわれるものなのです。私たちがいう安全と消費者の感じ方がズレることがあります。

リスクコミュニケーションが重要といいました。情報を共有するということです。情報を持っている行政から民へ、正しい認識を説得する、そのためには選び抜かれた情報を提供するということを行ってきました。しかし説得が無理だということがわかってきました。選択した情報ではなく全ての情報を公開することや、それらの情報を共有し一方的な説得ではなく双方向に対話などを行うことが重要と考えられるようになってきています。

では、実際にどのようにズレが生じるかということですが、消費者が感じるリスクの度合いは高く、食品企業の担当者が感じるリスクの度合いは低いという調査結果があります。BSE、農薬、ダイオキシン、抗生物質などにズレがあります。これらは消費者のほうがリスクの感じ方が高いのです。タバコは逆に食品企業の担当者のほうが高いが消費者は低いという結果です。人間が物事を認識する時にコンピュータのように頭のなかで情報処理しています。その時のプロセスに制約があるとズレがあるのです。専門家の分析は事実に近く、健康への影響を客観的に分析しているわけです。消費者は直感的なものであり、両者の認識は簡単には一致しません。

ひとつには情報の与えられ方があります。自分のポジションによってちがいます。例えば今１万円を持っていると、それを基準に行動します。次にその１万円を失うか、さらに１万円を得るかで１万円の感じ方が随分違うのです。失われる時のほうがショックを大きく感じるといいます。リスクを回避する時には確実なものを選ぶのですが、リスクを被るかもというのは確実さではなく可能性にかける面があります（ギャンブルと似ています)。恐ろしさと未知性については、リスクを大きく感じるといわれます。制御ができない、世界規模、破滅的、受動的、結果が死に至る、科学的に解明されていない、などが恐ろしい・未知性というイメージになります。

BSE 発生のときに、人間がクロイツフェルトヤコブにかかる確率は非常に低いということを政府がいいました。タバコより低い、自動車事故より低いと言ったときに消費者からブーイングがあったことがあります。これは消費者の認知とずれているためです。BSE は、確率は低いがもし感染すると若い人は数ヶ月で死んで

しまうと報道されました。さらに受動性があり肉がプリオンで汚染されていると避けることができないし、科学的に解明されていない、という点で非常に消費者には恐ろしいと感じられるためでした。一方、タバコは自分が吸わなければ大丈夫、自動車事故も乗らなければ避けられるし気をつけて運転することができるので、そんなに恐ろしく感じられないわけです。しかしBSEは違うというのです。

食品のリスク認知の特徴についてお話します。日本、韓国、ベトナム、アメリカで調べてみました。その結果を、食品のリスクの知覚に与える要因について整理してみました。自然由来であればリスクを低く感じる、科学的なものであれば高く感じるのですが、天然由来の自然毒はリスクを低く感じるが死亡者は実は結構いるのです。重篤な症状が現れる、病気の原因となるという場合もリスクを高く感じます。重篤度が高いと消費者はリスクを高く感じるわけですが、確率を認識していないわけです。確率は低いけれども重い症状があるものをリスクが高いと感じ、食中毒などは、確率は高いのにリスクは低いと感じてしまうわけです。

報道情報を受けるとリスクを高く感じてしまいますし、政府などに対する信頼が高いとリスクを低く感じます。日本は政府への信頼が低く、韓国とアメリカは信頼が高かったので、その違いも出ました。また人によっても認知に差があるということもわかっています。３つのグループがあることがわかっています。残留農薬はどのパターンの人でもリスクを高く感じています。どの国のどのパターンの人でも科学的なものに対してはリスクを高く感じているのが特徴的でした。

私たちが感じるところと、消費者の考え方にはギャップがあります。ほとんど事故が起こらないにもかかわらずリスクを高く感じていると、それを起こらないようにしてほしいと政府に対策を求めることになります。充分に対策がとられているのに、そこに不必要な対策（とお金）を投じてしまうことになり、そして必要性の高い細菌性の食中毒に対する対策ができなくなってしまうのです。しかし、わかっていてもそれは修正しにくいものです。

話が変わり、食品を買う時の情報ですが、食品を買うときに消費者から詳しい状況を知りたいという要求が出たとします。食品に農薬の使用履歴を書いて欲しいといわれたりしますが、実際に消費者は何時間もかけて買い物しているわけではないのです。食品購買時の情報過多は消費者の選択を妨げてしまうのです。食品に対する表示は消費者の行動のしくみに適合した情報の与え方を吟味しなければ、消費者もそのことをわかって行動しなければ、無駄なお金をかけて無駄な情報を要求することになってしまいます。

私たちの実験では、６つくらいの情報数でもっとも安定しており、それ以上に情報が多いと選択が混乱してしまうということがわかっています。私たちの脳が一度に処理できる情報は７±２くらいといわれていますが、それにあっているのではないでしょうか。

（最後に話のアウトラインをまとめて終了）

■基調講演２　　座長　栄養学科　教授　渕上倫子

「食の安全と農産ブランドの管理」

生活協同組合コープこうべ商品開発室フードプラン統括　　広田 大介

生協というと１月２月３月にわたりご迷惑をおかけした餃子問題を惹き起こしている当事者です。この問題は奥が深く弱点をつかれたということや、中国と日本の力関係などにも関与しているのではないかと考えています。食品業界としては、教訓をもとにどのような手を打つかについて検討準備に入っているところです。早急に事態を立て直すかということに着手をしています。

食の世界の基本は、農産、水産、畜産であると思います。兵庫県では生協は１２０万人の組合員さんにご利用いただいています。いろいろなスーパーも自社ブランドをお持ちで包材にいろいろな情報を示されるようになった。生協には「農薬を使わずに作れないか」という問合せもありますが、農薬はかなりの歴史とリスクアナリシスによって、思っていただいている以上に安全であるとお話しています。環境中への化学物質放出を少なくする、ということについては、環境保全の立場からよくわかる理屈かとは思っています。生鮮ブランドは有機栽培の場合など約１割値段が高いのですが、これは仕方がないのです。このにんじんは誰がどこで作っているの、という問合せが多くなってきたのが昨今の状況です。子どもたちに安心できるものを食べさせたいというお母さんたちの熱意から産直運動が始まったのかなと考えています。

組合員さんの意識や食の移り変わりなどの変化についてお話しましょう。小さいころ家族揃って夕食をとったかという質問に対して、年輩者は家族揃って食べていたが、若い世代ではばらばらで食べている人がふえて、家族の様子に変化がみられます。調理技術は母親から教わるのがトップだったが、今は書籍がトップであります。身につけたきっかけも、１人暮らしや結婚などの人生のエポックでもないかぎり覚える機会は少ないということが明らかになっています。毎日調理することに苦痛を感じるのは５０％、後片付けに負担を感じるのは６０％います。しかし安全なものへのこだわりはあります。イギリスでは食事の準備時間が経年的に短くなり、２０１０年には８分という予測が出ているくらいです。圧倒的に加工食品や冷蔵・冷凍の進化や普及が影響しています。食事の楽しみが家族でなく個々に分解されてきました。

日本では構造的な問題として、廃棄の問題があります。食品の廃棄は５０％を超えゆがんだ状況になっています。都市人口は右肩上がりであるが、世帯内の人数は下がってきて３人を切っている。神戸市の灘区では、２人である。こういうデータは商品製作に影響を及ぼします。メークインを５００ｇ以上の袋で売っても売れなくなるのです。大袋で売ると芽が出て生ゴミになってしまうので、２～３個売りまたはばら売りという売り場づくりにならざるを得ない状況となっています。暮らしていく生活者に求められるスキルが変化しています。素材を調理するスキル、素材を使いまわしするスキル、素材別に適切に保存するスキル、子ども、オトナ、家族別に作り分けスキル、旬をかぎとる、おすそわけをする、いろいろなスキルが失われていっています。

生活者の心理として、10%以上の価格差は理解していただけないのです。食品安全や清浄な食品への関心が高いが日本では売れないのです。簡便な食生活はどうしても必要。安全な食べものに関心があり割り増し価格を払う意思はある、都市の生活スタイルのため農業の現場に対してなじみが薄い、ペットへの関心が招く集約的農業への反感、過度な肥満に対する心配（肉より野菜)、などが生活者への心理です。

人口爆発、中国やインドでの人口増が著しくなっており、世界人口は 67 億人、2040 年までには 100 億人を越えると言われているうえ、耕作可能地はどんどん減少しています。農薬使用量は世界的に増えています。肥料も同じである。耕作適地でないところに農薬と肥料をどんどん投入しているのではないかと思われます。日本では農業を担う人は高齢化し、耕作地の放棄などが起こっています。75 歳以上が人口の１０％以上となったと報道していますが、農業で生計をたてている家庭において 65 歳以上人口は６０％ともいわれています。

食糧自給率について。新規の耕作地が増えないかぎり、５０や６０％にはならないし、380 万ヘクタールを倍にしたところで自給率は８０％にしかならないのです。農家収入は低いので若い人が働きたがらないという現状があります。あと 40 年、50 年と海外の方々に作っていただけるだけの日本の経済力が維持できるのかという心配もあります。米を食べないから自給率が減っているというだけでなく、肉や油を多く食べるようになったことも自給率低下に影響しているのです。但馬牛のすき焼きを食べても飼料が海外依存している

限り国内産にはカウントされず自給率は上がらないのです。自給率にはカロリーベース、金額ベース、穀物ベースがあり、それぞれ意味が違います。

北海道富良野のじゃがいも畑の写真。これは自然の状態ではありません。なぜかといいますとひとつの畑を同じ植生で広がっている自然はあり得ないのです。有機質の堆肥を大量に投入して換金できるじゃがいもを育てているのです。病害虫も制御しますから、まさに農業は非自然であるのです。

ビニールハウスのしょうが畑の写真。4 ミリメッシュの高価なハウスの中で育てなければ無農薬ではしょうがを育てることはできません。

6 月 22 日に雹が降ったことがあります（写真)。雹は帯状に降らしていくので、ぼろぼろになった畑とそうでない畑に道ひとつで分かれます。年に一度しかできないたまねぎ単作の畑が 1 度の雹でぼろぼろになってしまうのです。

国際適用規範 Codex があります。ルールを監督している委員会があり、食品衛生の一般原則（世界の品質規範）が集合しています。国際的にはこのルールで作られたものであれば輸出入できるという規範です。代表的な国際標準規範（ISO ９００１,ISO14001、SA8000、HACCP）にはいろいろありますが、農業にも国際優良規範を持ち込もうとしています。

マネジメントシステムでは、１．リスク危害の特定をし（委員会の皆さんが例を出す)、２．管理目標を設定し（どこまでいつまでにリスクを減らすのかを決定する)、３．リスクを管理し、４．その管理が有効に機能していることを確認する、という APDS サイクルで行っています。

また、GAP というのがあります。Good agriculture practice の略です。EU のグローバル GAP を紹介しましょう。小売のグループで使い、HACCP を原則とします。グローバル GAP のメンバーに日本では生協などが入っています。供給者リストは 9 万軒の生産農家さんと契約しています。いろんな基準がありますが、全農場基準（お茶も果物も牛も・・・）をまず達成する、そして細かな作物別の基準があります。２３６項目でひとつの作物の合格が生まれるのである。認証がとれないとヨーロッパには輸出できないのです。青森県の片山りんご園さんが EU の GAP をとられた第 1 号でした。

生産現場の写真をみていただきましょう。不適合事例の一例です。この写真のどこが不適合でしょうか。カッターナイフは絶対禁止だがテーブルの上にありますね。折れ刃の一部が食品に混入すれば大変なことになります。不適合事例の 2 番目、たまねぎ畑の中にタバコの吸殻がある。これは絶対禁止です。タールがしみこむのはむろんですが、そういう観念で仕事をしている姿勢も問題です。整理整頓ができていない農薬倉庫の写真。にんじんにとまったハエの写真。蛾の卵がごぼうについていて組合員の冷蔵庫の中で孵ったという事例もあります。木の棒が突き刺さったじゃがいも、なめくじが人参の袋の中に入っていた事例もあります。ねじ、コバエの混入、サトイモの箱なかにナイフ（ナタ）が混じっていたというものです。定位置管理ができていないのです。ナタをいれていたバケツとサトイモを入れていたバケツが近く，たまたまイモのほうにナタが入ってしまったのです。以上は消費者に届くまでに私どものところで見つけたものも多くあります。HACCP や GAP などで管理のレベルを上げていかないといけないのが現実です。

排水処理も大事です。大雨がハウスの中に入ってきたら作物が菌に感染してしまいます。ハウスの中ではスリッパ、農薬を少なくするために防虫灯をつける、1 匹 500 円の蜂を使って交配しホルモン剤を使わないようにする、など農家では大変な努力をしておられます。

従来は入口管理と出口管理の２つで管理するのが基本でしたが、これでは事故はなくなりませんでした。事故は真ん中のプロセスで起こるのです。点検･是正、実行、評価をきちんとしなくてはなりません。まず、危害分析でリスクを特定しリスクを抽出します。原料受入から出庫まで危害を抽出します。軽重をつけるための重篤度の評価をします。ヤバイから軽微なものまで「作業頻度×重篤度＝評点」をつけて評価します。

次に、誰がいつまでに何をどのようにするかという計画を作ります。次に内部監査から代表者検証をしていただくということになります。

昔、友禅の職人が師匠の娘を嫁にもらおうとあいさつにいったところ、この師匠は「言葉はいらねぇ、お前の仕事を見せろ」と言われた、という江戸の小話があります。挙証（Accountability）ができる名人芸はないものか、イメージ写真や簡単な説明では組合員さんは満足できない状況です。電話で即座に対応できる能力が求められています。作り手との連帯、志の Mktg を考えたいと思います。すなわち、「他者への配慮」、商売は他者への贈り物、世界への想像力×こころざしです。

私の造語ですが、「匠」の見える化（＝一例：HACCP CCP）であり、

「絶えざる精進」（＝マネジメントシステムの継続的改善）を心掛けていきたいと思います。

私はこれまでも、これからも、農家の方の努力、私たちの考え方を伝えていきたいと思います。

■パネルディスカッション

司会　岡山県立大学教授	岸本 妙子
パネリスト　京都大学教授	新山 陽子
コープこうべ商品開発室	広田 大介
岡山県消費生活問題研究協議会会長	佐藤 久子

●質疑応答

１．新山陽子先生への質問とその答え

・日本はアメリカや韓国と比べて消費者の国への信頼度が低いのはなぜか

韓国が BSE の騒ぎのあと少し国への信頼が揺らいだのではないかと思う。調査は BSE 問題より前に行われたものであった。（日本は BSE などの問題のあとでの調査であった）

・消費者と専門家の知覚のズレ。消費者はメディアの報道に対して過剰反応しているのか？

実際そのとおりだと思う。社会心理学では情報に対する人間の反応に関する報告がたくさんあるが、情報量が増えるだけで不安が起こるということもわかっている。情報過多を抑えないといけないといいながら、それができない、解決が難しいと考えています。

２．広田大介先生への質問とその答え

・虫にも対処しているということで驚いた。虫がはいっているほうが安全なのでは？

HACCP 的に申しますと、虫や髪の毛は健康被害がないと判断される。Safety quality から見ると商品として適さない。

・他者への配慮とは？

海外や遠くにいらっしゃる生産者、遠いところで見えない苦労をされている方々への想像力を発揮して買い支えていただきたいという思いがある。

・「品数のスキル」に関する意見。同じものを食べるほうが家庭らしくて良いのではないか？

昔は品数は少なくお父さんが一品多かった。大根のどの部位がどの料理に適しているかということも考えながら料理した。何でも沢山作るという意味ではなく、そういった意味で述べたものである。

３．佐藤久子氏からのコメント・質問

１０月２日(木)に、テレビで景気が悪いこと、生活の中で削るものはという話が出てきたときに「外食」がトップ、絶対に削れないものは「教育費」という回答例が報道されていました。これは良い傾向かもしれません。朝昼夕３食作る人が増えるのではないでしょうか。食品を買っている消費者としての願いなどを最初にお話させていただきたいと思います。安全な食品への欲求というのは消費者としては当然あります。テレビで歩けなくなった牛の映像を見てから、安ければよいという消費者の意識はどんどん変わってきたのではないかと思います。事故米の販売など、考えられないようなことが次々に起きています。販売する側に問題があるのはもちろんですが、私達消費者に問題はないでしょうか。スーパーでにんにくを買っていらっしゃる方がいらっしゃいましたが、５つで１００円、１つで３００円という選択があり、３００円のものを買っていらっしゃいました。曲がったきゅうりとまっすぐなきゅうりがありますが、時間を料理にかけるのが嫌いな方はまっすぐなものを箱から出して選んでおられます。一番奥の牛乳を出してくる人、天然なのにうなぎにアブラがのりすぎていませんかなどという苦情、消費者自身にも行動に問題はないでしょうか。消費者の行動が生産者の生活を維持するのです。高品質は手間ひまがかかっております。しかし、それを見越して高価格をつけられるということもなきにしもあらず、ですので、そのあたりもよく考えなくてはならないのではと思います。私たちは「賢い消費者」を目指しています。単に知識があるという事をさすのではなく、確かな知識に基づいて冷静に行動するということを賢いという意味に使っています。

続けて新山先生にひとつお伺いしたいのですが、直近の例で事故米の事件がありましたが食品衛生法が定める基準値の２倍の有機リン系の農薬が検出されたとき「基準を超えてはいるが、この米を一生食べ続けても健康には影響がない」と京都の衛生の主管課がいいました。では基準値というのは一体何なのでしょうか。基準値を２倍も超えれば健康になんらかの影響が然るべきではないかと感じるのです。このことについて新山先生にアドバイスをいただきたいと思います。

新山：いろいろ重要な点をご指摘いただきありがとうございます。スライドの中で１日許容摂取量 ADI について説明しましたが、ADI を定める時に安全係数をかけていますが１００をかけるのが普通です。人々の個人的な属性の違いには幅がありますので、より安全なように１００倍かけているので、基準値の２倍であればまず大丈夫です。しかし、説明が非常に足りない、ということ、コミュニケーションの仕方が不十分だということを感じます。このようなことを予備知識として持っていてあなたたちで理解しなさいというのは無理です。詳しく正しくきちんと説明してもらうことが必要ではないかと思います。

岸本：説明責任ということですね。先ほどの佐藤先生のお話で価格の話（にんにくの価格が１５倍）も出ました。広田先生が有機栽培は１０％高いとおっしゃっていましたが、ブランド化などによる影響なのでしょうか。必要以上に高い価格がついているということもあるかもしれません。広田先生からコメントいただけましたらと思います。

広田：商いの立場ですから第三者的に物が言えないのですが、組合員さんから「生協は高い」という声を頂戴します。フードプランは特に高いと言われます。「低価格」へのチャレンジというのも仕事のミッションでした。いたずらに生産者を買い叩くことは長続きしないので、価格差をつけることになりました。生鮮ブランドのシェアは１２%を占めています。高ければよいのかという話ではなく、説明の行き届いていないことが組合員さんの理解

を妨げている、サポートできていないかもしれない、という反省はあります。６００坪のスーパーでの滞留時間は僅か１５分です。この中でいかに情報を効率よく伝えるかということを考えていきたい。

新山：価格は食品安全性の面からも気になっています。価格の話だけをすることも最近あります。私は付加価値がついた商品が安全で、そうでないものは安全でないというのは望ましいことではないと考えています。そういう状況では、生活者のなかでも「弱者」は安全なものを買えないということになってしまいます。それはいいことではありません。また、私は今の食品の価格は適正なものばかりとはいえないと思っています。いい例が牛乳と卵です。大手スーパーで、集客のために買い叩きすぎている面があります。生産者から見ると１リットル２２０円～２３０円で売らないとやっていけないのです。安すぎると、手間を省きます。コストを下げるということはどこかで安全性を切り捨てていることになります。日々の生活は大変だ切り詰めなくてはいけないという人がいらっしゃいますが、同じ大学の名誉教授の先生が「食べられるもので捨てている家庭ごみ」は１１兆円分になる、と推定されています。これを聞いて本当にびっくりしました。生産量と同じだけの価値を私たちは捨てているのです。そちらを節約できれば、今よりも２倍の価格を払うことができます。そうすれば農家の方たちはもっと生産しやすくなるわけです。農家の方が生産を続けられる価格で私たちが買わなくてはいけない、そしてそれは捨てる量をへらせば実現は可能かもしれないというわけです。

佐藤：（安いほうが良いのだが、安全性はあるほうがいい、たくさん棄てているという消費者の行動をどう思いますか、という問いかけに対して）

消費者は、新鮮で安全なものを求めているわけですが、生産者の方の思いとはギャップがあります。消費者は興味すら持っていない人が多いと思います。興味を持つ、知ることが消費行動を変えるんだよということを私たちは言ってきました。しかし生産現場と消費現場が乖離してきています。現在では乖離して生産技術が向上しているので旬の感覚もなくなってきています。出荷前の形すら知らない人が増えています。木になるのか畑でできているのか、葉ものなのか根菜なのかも知らないのです。私たちは生産者の人との交流を行っていかなければギャップは埋まらないと考えています。BSE の問題でトレーサビリティが始まったときに、生産者は管理、トレーサ、機械の使用、いろいろなことを考えているとお金がかかる、消費者はこれ以上私達生産者に何をしろというのだといわれたことがあります。広田先生がおっしゃった生鮮ブランドの構築は興味深いと感じました。生産者と消費者の相互理解を進めていくことが必要だと思います。

岸本：今の佐藤さんのお話のなかで、食べものに関心がない、お金を食べものに使うということにどのくらい意味を持つかということは世界でも大分意見が違うのではないかと思います。非常に若い人は１０%高くても困るとか、見分けるしくみとかに関してもいろいろご意見があるかもしれません。時間がおしてはいますが、私の意見を言いたい、という人はいらっしゃるでしょうか？会場のほうから何か意見はありますか？授業のなかで「携帯電話の料金は払うが食品の高いものにお金を払うのはちょっと」という学生の声を聞いたことがありますが･･･。家庭ごみの中に私たちが手つかずの食品がものすごくたくさん出てきた、という調査、でも高いものは買いたくない、ということについて。

会場から（男性）：新山先生の価格の話について。価格は誰が決めているのでしょうか？安心・安全な食べものを安い価格で生産者が納得して値段をつけているとは思えない。スーパーやマーケットがこうしなさいという

ので仕方なくということが起きているということがあるのではないでしょうか。安いもの、ひいては外国に頼りすぎた結果が今の状況だと思います。加工業者も悪いけど消費者も悪い、と北海道の業者がぽろっと言った言葉が気になっています。そのへんの考えをお聴かせいただければと思います。

新山：価格は誰が決めているのか、ということは品目によって違います。スーパーマーケットの店舗ではスーパーが決めていると思いますが、生産者の手取りがどのように決めているかはわかりません。卵や牛乳はスーパーがこれくらいにしてくださいといえば、そうしなければならない。牛肉に関していえば、枝肉の段階で一度値段を決める、ここでは生産者と卸売り業者がお互いに話し合って値段を決めるので、小売の一方的な要求では決まらないしくみになっています。私たちも品目別にきちんと調べて価格についても研究したいと考えています。価格の適正さ、について。あまり安く売られていると不安になるという消費者の行動も生まれてきており、安全なものにはそれなりに手間がかかっているこんなに安いはずはないおかしい、と言う意識が育ってきていることを消費者がわかるようになってきています。

広田：日本の食生活で食中毒発生数は相当高いが、売られているもので口に入れて被害がただちに起こるという確率は非常に近い。日本は世界のなかでも安全レベルがとても高く基本的な安全は確保されています。ごはんに生卵をかけて食べる民族は日本だけです。どのスーパーでも農産物は入り口にありますが、どうしてかご存知ですか？農産物の新鮮な色をスーパーの入り口に置くことによって、スーパーの格を示しているのです。しかし、鮮度を判断して、素材を調理する、というのは現在の人にはわずらわしいことになってきています。ですから、加工食品や調理ずみの食品にまっすぐに行ってしまう人が多いのです。お魚屋さんの収入源は半分は刺身で、あとは焼き魚です。丸ごとの魚は展示品のようなものです。肉屋さんはお肉でなくパックを売っているのです。食生活と売り場はリンクしています。振り返ってみて自分の食卓の変化が売り場に映されているのです。でも価格で評価されないお店はブランドだと胸をはっても生き残れないのが流通の現場の原則です。生産者の皆さんは産地の苦労をわかってほしい、そのメディアの発信地としての店舗、という風に考えていきたいと思っています。

岸本：食品の安全も考えつつ買い支える、などいろいろなことを学ばせていただきました。皆様が食の安全・安心を確かなものにするための行動を起こしていただくためのご参考になればと思います。

■閉会あいさつ

保健福祉推進センター長　保健福祉学部教授　香川幸次郎

　食の安全と安心に関する新しい見方を教えていただいたと思っております。明日の食卓を守るうえで多くの示唆を得られましたことと思います。時機を得たテーマで毎年開催しておりますので、来年度も多くの方の参加をお願いいたします。以上をもちまして閉会の挨拶とさせていただきます。誠にありがとうございました。